

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Einleitung</b>	<b>7</b>
1.1 Relevanz des Themas	7
1.2 Zielsetzung der Arbeit	9
1.3 Aufbau der Arbeit	11
<b>2 Buchverlage im Wandel</b>	<b>13</b>
2.1 Definition Buchverlag	13
2.2 Entwicklung der Buchverlage	15
2.3 Die Digitalisierung als Herausforderung für Buchverlage	17
<b>3 Das Medium Buch in Zeiten der Digitalisierung</b>	<b>24</b>
3.1 Bedeutung und Wandel des Mediums Buch	24
3.2 Möglichkeiten für Buchpublikationen durch die Digitalisierung	28
3.3 Herausforderungen für Buchverlage durch neue digitale Konkurrenten	32
<b>4 Begriffsbestimmung und Merkmale Social Media</b>	<b>39</b>
4.1 Definition Social Media	39
4.2 Beispiele für Social Media Netzwerke	42
4.3 Ziele und Vorteile von Social Media	48
4.4 Social Media als Marketinginstrument	53
<b>5 Status quo der Nutzung von Social Media durch Buchverlage</b>	<b>58</b>
5.1 Wie Buchverlage Social Media nutzen können	58
5.2 Wie Buchverlage Social Media im Jahr 2013 einsetzen	67

<b>6 Zukunftsperspektiven für Buchverlage im digitalen Zeitalter</b>	<b>87</b>
6.1 Zukünftige Erlösmodelle für Buchverlage	87
6.2 Perspektiven für Nutzung von Social Media in Buchverlagen	102
6.3 Ausblick auf die Buchverlagslandschaft in der digitalen Zukunft	109
<b>7 Fazit</b>	<b>116</b>
Literatur- und Quellenverzeichnis	119